

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan diajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Ini sepenuhnya asli merupakan hasil karya tulis ilmiah saya pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas dan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di bidang penulis an karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh isi skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiarisme atau mencontek karya tulisan orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar keserjanaan yang saya terima atau sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, ... Juni 2025

M Sultan Farizi
NIM : 211410082

ABSTRAK

Nama: M Sultan Farizi, NIM: 21141082, Judul Skripsi: Pengaruh *Brand Equity* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jamaah Dalam Memilih Travel Haji dan Umroh

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya permintaan dari masyarakat yang ada di Indonesia khususnya di wilayah Cilegon untuk berangkat pergi umroh dan haji. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 54 responden yang telah memakai jasa Sultan Travel. Data kuesioner diambil dengan metode *convenience sampling*, yakni mengambil secara acak tanpa ada kriteria khusus. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (*brand equity* dan kualitas pelayanan) dengan variabel dependen (keputusan pembelian).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand equity* memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan oleh analisis $t_{hitung} 3,210 > \text{dari } t_{tabel} 1,674$. Selain itu, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil analisis $t_{hitung} 4.836 > \text{dari } t_{tabel} (1.674)$. Kombinasi dari kedua variabel yang dijalankan di Sultan Travel ini berkontribusi dalam membantu jamaah memilih travel yang diinginkan dengan hasil analisis $F_{hitung} 87,674 > F_{tabel} (3,175)$.

Berdasarkan analisis regresi linear berganda, *brand equity* berpengaruh sebesar 27% terhadap keputusan pembelian memilih sultan travel dan kualitas pelayanan sebesar 40% terhadap keputusan pembelian pada jamaah memilih travel haji dan umroh. Kemudian koefisien determinasi *adjusted R-square* sebesar 0,775 yang artinya variabel *brand equity* dan kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 78% terhadap keputusan pembelian pada jamaah memilih travel haji dan umroh.

Penelitian ini memberikan referensi bagi pelaku bisnis yang memiliki travel untuk memperhatikan kualitas yang dimiliki oleh setiap travel. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan referensi bagi peneliti dalam bidang keputusan Pembelian.

Kata Kunci : *Brand Equity*, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Name: M Sultan Farizi, NIM: 21141082, Thesis Title: The Influence of Brand Equity and Service Quality on Pilgrims' Decisions in Choosing PT. Sultan Cahaya Madani Hajj and Umrah Travel

This research is motivated by the many requests from people in Indonesia, especially in the Cilegon area, to go on Umrah and Hajj. The method used in this study is a quantitative approach with data collection through questionnaires distributed to 54 respondents who have used Sultan Travel services. Questionnaire data was taken using the convenience sampling method, namely taking randomly without any special criteria. The data analysis technique used is multiple linear regression to determine the relationship between independent variables (brand equity and service quality) and dependent variables (congregation decisions).

The results of this study indicate that brand equity has a positive influence on the decision of the congregation. This is evidenced by the t-count analysis of $3.210 >$ from the t-table of 1.674. In addition, the quality of service has a significant influence on the decision of the congregation with the results of the t-count analysis of $4.836 >$ from the t-table (1.674). The combination of the two variables run at Sultan Travel contributes to helping the congregation choose the desired travel with the results of the F-count analysis of $87.674 >$ F-table (3.175).

Based on multiple linear regression analysis, brand equity has a 27% influence on the decision of pilgrims to choose Sultan Travel and service quality has a 40% influence on the decision of pilgrims to choose Hajj and Umrah travel at Sultan Travel. Then the adjusted R-square determination coefficient is 0.775, which means that the brand equity and service quality variables have a 78% influence on the decision of pilgrims to choose Hajj and Umrah travel at Sultan Travel.

This study provides a reference for business people who have travel to pay attention to the quality of each travel. In addition, this study can also be used as a reference for researchers in the field of pilgrim decisions.

Keywords: Brand Equity, Service Quality and Pilgrim Decisions



**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN MAULANA
HASANUDDIN BANTEN**

*Jl. Syekh Nawawi Al-Bantani Kp. Andamui Ds. Sukawana Kec. Curug Kota Serang Tlp.
(0254) 2003323 Fax. (0254) 200022 Website: www.uinbanten.ac.id*

Nomor : Nota Dinas	Kepada Yth
Lampiran : 1 (satu) eksemplar	Dekan Fakultas Ekonomi
Hal : Usulan Munaqasyah	dan Bisnis Islam
a.n M Sultan Farizi	UIN SMH Banten
NIM. 211410082	Di -
	Serang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dipermaklumkan dengan hormat bahwa setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudara **Muhamad Sultan Farizi, NIM 211410082** dengan judul Skripsi **“Pengaruh Brand Equity dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jamaah Dalam Memilih Travel Haji dan Umroh”**, diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi Ujian Munaqasyah pada Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Maka kami ajukan skripsi ini dengan harapan dapat segera di munaqasyahkan.

Demikian, atas perhatian Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Serang, 7 Juli 2025

Pembimbing I

Pembimbing II

Hendrieta Ferieka, S.E., M.Si
NIP. 198306112006042001

Irmatul Hasanah, M.Si
NIP. 199108302019032021

PERSETUJUAN

Pengaruh *Brand Equity* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jamaah Dalam Memilih Travel Haji dan Umroh

Oleh:

M Sultan Farizi
NIM: 211410082

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II



Hendrieta Ferieka, S.E., M.Si
NIP. 198306112006042001



Irmatul Hasanah, M.Si
NIP. 199108302019032021

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam

Ketua Jurusan
Ekonomi Syariah



Prof. Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.Si
NIP. 196402121991032003



Asep Dadan Suganda, M.Sh.Ec.
NIP. 198204222023211018

PENGESAHAN

Skripsi a.n. M Sultan Farizi, NIM. 211410082 yang berjudul “**Pengaruh *Brand Equity* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jamaah Dalam Memilih Travel Haji dan Umroh**”, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 18 Juni 2025. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Serang, 18 Juni 2025

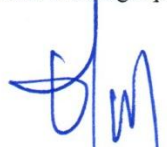
Sidang Munaqasyah

Ketua Merangkap Anggota



Prof. Dr. H. Itang, M.Ag
NIP. 197108041998031000

Sekretaris Merangkap Anggota



Sanawi, M.Ag., M.A
NIP. 197010232014121002

Anggota-Anggota,

Penguji I



Dr. Hadi Peristiwo, S.E., M.M
NIP. 198111032011011004

Penguji II



Elsa, S.E., M.Ak,
NIP. 198510062019032011

Pembimbing I



Hendrieta Ferioka, S.E., M.Si
NIP. 198306112006042001

Pembimbing II



Irmatul Hasanah, M.Si
NIP. 199108302019032021

PERSEMBAHAN

Terima kasih kepada Allah SWT atas segala nikmat dan ridho-Nya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat pada waktunya.

Terima kasih atas kasih kedua orang tua tercinta Ibunda Ernawati dan ayahanda Suwandi yang tiada hentinya mendo'akan, memberikan kasih sayang serta dukungan kepada penulis. Semoga seluruh pengorbanannya, Allah SWT balas dengan berlipat ganda pahala, keberkahan dan keselamatan baik di dunia maupun di akhirat.

Ucapan terima kasih pula kepada keluarga yaitu kakak dan adik yang sudah memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan pendidikan ini.

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya” (Q.S Al Baqarah:286)

“Ketahuilah bahwa kemenangan bersama kesabaran, kelapangan bersama kesempitan, dan kesulitan bersama kemudahan”

(HR. Tirmidzi)

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Muhamad Sultan Farizi, lahir di Kota Jakarta, 10 Februari 2003. Anak kedua dari tiga bersaudara, dari orang tua bernama, Ayah Suwandi dan Ibu Ernawati.

Tingkat pendidikan secara formal yang telah ditempuh penulis yaitu SDN 03 Cilegon lulus tahun 2015, SMPN 1 Kota Cilegon tahun 2018, SMAN 1 Kota Cilegon tahun 2021, kemudian melanjutkan pendidikan tinggi ke Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah tahun 2021.

Selama menjadi mahasiswa, penulis mengikuti organisasi intra kampus yaitu Dewan Eksekutif Mahasiswa Universitas UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, sebagai anggota Kemendikbud tahun 2022-2023. Dan Senat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Sebagai ketua komisi II Controlling dan Budgeting. Sementara penulis juga aktif di organisasi ekstra kampus yaitu Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Rayon FEBI 2021-2023.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Ungkapan Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, atas karunia dan rahmatnya bagi kita kaum muslim masih di berikan nikmat sehat wal'afiat. Selawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, yang merupakan Suri Tauladan bagi umat islam hingga akhir zaman.

Alhamdulillah dengan kemudahan yang diberikan oleh Allah SWT dan dengan usaha yang sungguh-sungguh akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Equity* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jamaah Dalam Memilih Travel Haji dan Umroh”

Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. Wawan Wahyuddin, M.Pd., Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.SI., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dr. Hadi Peristiwo, S.E., M.M., Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang senantiasa memberikan motivasi dan dorongan kepada penulis.
4. Ibu Hendrieta Ferieka selaku pembimbing I dan Ibu Irmatul Hasanah, M. Si. selaku pembimbing II yang selalu memberikan bimbingan dan arahnya selama penyusunan skripsi ini.

5. Bapak/Ibu seluruh dosen serta seluruh civitas akademi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penulisan skripsi ini.
6. Orang tua dan keluarga besar yang tiada henti-hentinya mendoakan, memberikan kasih sayang, serta dukungan kepada penulis.
7. Benita Sheila Damaranti, terima kasih atas segala doa, bantuan, dan dukungannya kepada penulis.
8. Kepada teman penulis Dereiza terima kasih atas semangat dan dukungannya.

Penyusunan skripsi ini terdapat banyak kekurangan, sehingga kritik dan saran yang membangun dari pembaca sangat penulis harapkan untuk perbaikan lebih lanjut. Semoga skripsi ini dapat memberikan kebermanfaatan bagi pembaca dan peneliti selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Serang, .. Juni 2024

M Sultan Farizi
NIM 211410082

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
ABSTRAK	ii
ABSTRAK	iii
NOTA DINAS.....	iv
PERSETUJUAN.....	v
PENGESAHAN	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian	11
F. Manfaat Penelitian	11
G. Sistematika Pembahasan	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	14
A. Teori Perilaku Konsumen	14
B. <i>Brand Equity</i>.....	15
1. Pengertian Merk.....	15
2. Pengertian <i>Brand Equity</i>	17

3. Indikator <i>Brand Equity</i>	19
C. Kualitas Pelayanan	25
1. Pengertian Kualitas.	25
2. Pengertian Kualitas Pelayanan	26
3. Indikator Kualitas Pelayanan.....	26
D. Keputusan Pembelian	27
1. Pengertian Keputusan Pembelian	27
2. Tahap-tahap dalam proses pembelian	28
3. Indikator Keputusan Pembelian	30
E. Travel Umroh	32
1. Pengertian Travel.....	32
2. Pengertian Travel Umroh	33
F. Hubungan Antar Variabel	34
1. <i>Brand Equity</i>	34
2. Kualitas Pelayanan	35
G. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	35
H. Kerangka Pemikiran	40
I. Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Waktu dan Tempat	42
B. Populasi dan Sampel	42
C. Jenis Metode Penelitian	44
D. Teknik Pengumpulan Data	45
E. Operasional Variabel	46
F. Teknik Analisis Data	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
A. Gambaran Umum dan Objek Penelitian	55
1. Profil PT. Sultan Cahaya Madani	55

2. Visi, Misi dan Tujuan PT. Sultan Cahaya Madani.....	55
B. Deskripsi Responden	56
1. Jenis Kelamin	56
2. Usia.....	57
3. Status.....	57
C. Analisi Data.....	58
1. Uji Instrumen.....	58
a. Uji Validitas	58
b. Uji Reliabilitas.....	65
2. Uji Asumsi Klasik	67
a. Uji Normalitas	68
b. Uji Multikolinearitas	68
c. Uji Heterokedastisitas	69
3. Uji Hipotesis	70
a. Uji Parsial (Uji T)	70
b. Uji Simultan (Uji F).....	7
c. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	72
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
D. Pembahasan	75
1. Perbandingan Dengan Penelitian Sebelumnya.....	75
2. Pengaruh <i>Brand Equity</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	76
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	76
4. Pengaruh <i>Brand Equity</i> dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	77
5. Pandangan Islam terkait hubungan <i>Brand Equity</i> dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	77

BAB V	PENUTUP	79
A.	Kesimpulan.....	79
B.	Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Jamaah Umroh di Indonesia pada Tahun 2018-2023.....	2
Tabel 1.2 Perkembangan Jumlah Jamaah Umrah di PT. Sultan Cahaya Madani Tahun 2023-2024.....	4
Tabel 3.1 Skala Likert.....	46
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	47
Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel Brand Equity	59
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	61
Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	64
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas Variabel Brand Equity	66
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan	66
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pelayanan.....	67
Tabel 4.7 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	68
Tabel 4.8 Uji Multikolinearitas.....	69
Tabel 4.9 Uji Heterokedastisitas.....	70
Tabel 4.10 Uji Parsial (Uji t)	71
Tabel 4.11 Uji Simultan (Uji F).....	72
Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²).....	73
Tabel 4.13 Analisis Regresi Linear Berganda	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	40
Gambar 4.1 Jenis Kelamin.....	56
Gambar 4.2 Usia	57
Gambar 4.3 Status.....	58